

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)**

SKRIPSI

ULAN JUSTIKA

21160000226



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020/2021

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)**

SKRIPSI

ULAN JUSTIKA

21160000226



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020/2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 26 Februari 2021



ULAN JUSTIKA
NPM 21160000226

PERSETUJUAN PEMBIMBING

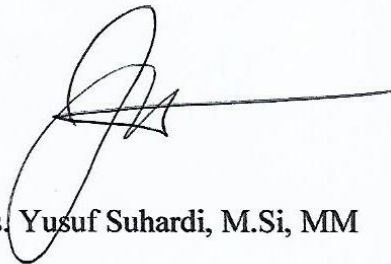
Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (Magister Manajemen, D3 Manajemen Perdagangan) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 26 Februari 2021

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

11/02/2021




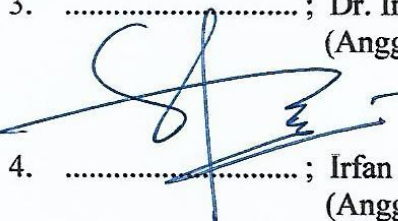
HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)**

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal **26 Februari 2021** dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Indra Sakti, SE., MM
(Anggota Penguji)
4.  ; Irfan Polem, SE., MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Penulis menyadari karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi yang dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Sehingga penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan bantuan baik secara moral maupun spiritual dari berbagai pihak sehingga kendala dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengungkapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Irfan Polem, SE., MM dan Bapak Irfan Polem, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner.

7. Kedua orang tua saya (Bapak Amran dan Ibu Djuju) serta kakak dan adik saya (Aa Andi, Aa Ade dan Rahma) yang telah memberikan semangat, dorongan dan do'a yang tulus sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Teman terkasih (Fika, Widya, Kokom, Dewi, Hilmi) yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
9. Teman-teman kelas C Manajemen 2016 yang telah memberikan warna dalam studi saya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
10. Untuk DAY6 yang lagu-lagunya selalu menemani saya saat mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan penulis mohon maaf. Besar harapan karya ilmiah ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 26 Februari 2021



ULAN JUSTIKA
NPM 21160000226

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ULAN JUSTIKA
NPM : 21160000226
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Februari 2021

Yang menyatakan,



Ulan Justika

Ulan Justika
NPM : 21160000226
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA SHOPEE (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *electronic word of mouth* dan persepsi nilai terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden yang merupakan pengguna Shopee yang sudah pernah melakukan pembelian, sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari perhitungan *SmartPLS* memperhatikan bahwa 7 hipotesis yang terdapat dalam penelitian diterima, yakni *electronic word of mouth* mempengaruhi secara signifikan variabel minat beli ulang, persepsi nilai mempengaruhi secara signifikan variabel minat beli ulang, kepuasan konsumen mempengaruhi secara signifikan variabel minat beli ulang, *electronic word of mouth* mempengaruhi secara signifikan variabel kepuasan konsumen, persepsi nilai mempengaruhi secara signifikan variabel kepuasan konsumen, *electronic word of mouth* mempengaruhi secara signifikan variabel minat beli ulang melalui kepuasan konsumen dan persepsi nilai mempengaruhi secara signifikan variabel minat beli ulang melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci : e-wom, persepsi nilai, minat beli ulang, kepuasan konsumen.

Ulan Justika
NPM : 21160000226
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND
PERCEIVED VALUE TO CUSTOMER SATISFACTION WITH
REPURCHASE INTENTION AS VARIABELS INTERVENING ON
SHOPEE***

(Case Study on Shopee Users in sub-district Kramat Jati)

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of electronic word of mouth and perceived value to customer satisfaction with repurchase intention as variabels intervening in Shopee. This study is a quantitative study with a sample of 97 respondents characteristic of the respondents is Shopee users that already made purchase, samples determine using purposive sampling. The result of SmartPLS calculation shows that 7 hypotheses in this research are accepted, electronic word of mouth have a significant influence on repurchase intention, perceived value have a significant influence on repurchase intention, customer satisfaction have a significant influence on repurchase intention, electronic word of mouth have a significant influence on customer satisfaction, perceived value have a significant influence on customer satisfaction, electronic word of mouth have a significant influence on repurchase intention through customer satisfaction, and perceived value have a significant influence on repurchase intention through customer satisfaction.

***Kata Kunci : e-wom, perceived value, customer satisfaction,
repurchase intention.***

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. <i>Review</i> Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Electronic word of mouth (e-WOM)</i>	10
2.2.2. Persepsi nilai (<i>perceived value</i>)	12
2.2.3. Minat beli ulang (<i>repurchase intention</i>)	13
2.2.4. Kepuasan konsumen (<i>customer satisfaction</i>)	15
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	16
2.3.1. Pengaruh <i>e-WOM</i> terhadap minat beli ulang	16
2.3.2. Pengaruh persepsi nilai terhadap minat beli ulang	17
2.3.3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang	17

	Halaman
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	17
BAB III METODA PENELITIAN.....	19
3.1.Strategi Penelitian	19
3.2.Populasi Dan Sampel	20
3.2.1.Populasi penelitian.....	20
3.2.2.Sampel penelitian.....	20
3.3.Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	21
3.3.1.Data	21
3.3.2. Metode pengumpulan data.....	22
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5. Metode Analisis Data	24
3.5.1.Metode pengolahan data	24
3.5.2.Analisis statistik data	24
3.5.3.Pengujian Hipotesis	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	26
4.2. Deskripsi Responden.....	27
4.3. Analisis Data	28
4.3.1.Outer Model	28
4.3.2.Inner Model	31
4.3.3.Pengujian Hipotesis	33
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	37
5.1. Simpulan.....	37
5.2. Saran.....	38
DAFTAR REFERENSI	38

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Skala Likert</i>	22
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	23
Tabel 4. 1 Data Responden	27
Tabel 4. 2 <i>Outer Loading</i>	28
Tabel 4. 3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	30
Tabel 4. 4 <i>Composite Reliability</i>	30
Tabel 4. 5 <i>Cronbach Alpha</i>	31
Tabel 4. 6 Nilai <i>R-Square</i>	32
Tabel 4. 7 Nilai <i>F-Square</i>	32
Tabel 4. 8 <i>Path Coefficient</i>	33
Tabel 4. 9 <i>Specific Indirect Effects</i>	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	18
Gambar 4. 1 Hasil <i>PLS Algorithm</i>	28
Gambar 4. 2 Hasil <i>PLS Bootstrapping</i>	31
Gambar 4. 3 Kerangka Konseptual	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	42
Lampiran 2. Data Mentah Jawaban Responden.....	45
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	47
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	48